

**PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *LIPTINT* IMPLORA PADA
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH PALEMBANG**



Skripsi

Nama : Khoironesa Ulya Afifa

NIM : 212020260

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2024**

**PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *LIPTINT* IMPLORA PADA
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

**Diajukan Untuk Menyusun Skripsi Pada
Program Strata Satu Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang**



Nama : Khoironesa Ulya Afifa

NIM : 212020260

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2024**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Khoironesa Ulya Afifa
NIM : 212020260
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Liptint Implora* Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana strata I baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, 08 Maret 2024



Khoironesa Ulya Afifa

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian
Produk *Liptint Implora* Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang

Nama : Khoironesa Ulya Afifa
NIM : 212020260
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal Mei 2024
Pembimbing II,

Pembimbing I,



Dr. Maftuhah Nurahmi, SE, M.SI
NIDN: 0216057001



Gumar Herudiansyah, SE, M.M
NIDN: 0202039203

Mengetahui,
Dekan
u.b. Kejuruan Program Studi Manajemen



Dr. Zaleha Trihandayani, SE, M.SI
NIDN : 0229057501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

“Dan bersabarlah kamu sesungguhnya janji Allah adalah benar.”

(Qs. Ar-Ruum:60)

“Sebaik-baik manusia adalah yang bermanfaat bagi orang lain.”

(HR. Ahmad, ath-Thabrani)

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

- mengucapkan syukur kepada Allah SWT
- Kedua Orang Tuaku Tercinta
- Keluarga Besarku Tersayang
- Kedua Pembimbing Skripsiku
- Sahabat-sahabatku tersayang
- Almamaterku

PRAKATA



Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wa Barokatuh.

Alhamdulillah Rabbil 'Aalamin, segala puji syukur tiada hentinya penulis haturkan kehadiran Allah SWT yang maha pemberi petunjuk, anugerah dan nikmat yang diberikan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Liptint* Implora Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang”**. Dengan baik dan tepat pada waktunya. Skripsi ini adalah menjadi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Dengan penuh rasa hormat, cinta, dan kasih sayang dan kerendahan hati, skripsi ini penulis persembahkan terkhusus kepada kedua orang tua, Bapakku yaitu Aspawi dan Mamaku Elsri memiliki peran penting dalam perjalanan hidup penulis serta berjasa dalam mendidik, mendoakan, memberikan dorongan motivasi, serta selalu ada disetiap masalah yang dihadapi penulis. Terimakasih kepada Allah SWT yang telah memberikan kedua orang tua yang paling baik luar biasa di dunia serta keluarga besar yang selalu mendukung.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis sangat menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan, hal ini mengingat keterbatasan yang dimiliki

penulis, baik dari segi ilmu ataupun pengalaman. Selesaiannya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dorongan serta motivasi dari beberapa pihak, maka dengan kesempatan yang didapat penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Abid Djazuli, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Dr. Yudha Mahrom DS, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Dr, Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Dr. Maftuhah, S.E, M.Si selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah banyak membantu dan membimbing dalam penyusunan skripsi.
5. Bapak Gumar Herudiansyah, S.E, M.M selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah banyak membantu dan membimbing dalam penyusunan skripsi.
6. Bapak dan Ibu Dosen pengajar seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
7. Teruntuk kedua orang tuaku, bapak Aspawi dan ibu Elsri terima kasih atas seluruh kebaikan yang diberikan sehingga penulis menjadi anak yang ingin mengusahakan kebahagiaan orangtua melalui menyelesaikan kewajiban pendidikan, terima kasih selalu melangitkan doa dan memberikan motivasi kepada penulis hingga menyelesaikan skripsi hingga selesai.

8. Teruntuk saudara kandungku Debby Pratama, Yoga Septiawan, Konita Nur Aziza, M. Ilham terimakasih telah support dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Teruntuk sahabat sistur Salsa, Anggi, Retha, Girlin, Putri, Alm. Tasha terima kasih banyak atas saling support dari awal perkuliahan hingga selesai.
10. Terimakasih kepada keluarga Rotaract Club Of Palembang atas setiap rangkulan solidaritas menjadi manusia baik dan memberikan senyuman untuk setiap kebaikan sehingga tuai kebaikan membuka jalan kemudahan bagi penulis dalam menyelesaikan segala urusan.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang membutuhkan dan semoga Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.

***Billahi Fii Sabiilil Haq, Fastabikul Khairot
Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wa Barokatuh.***

Palembang, Mei 2024

Khoironesa Ulya Afifa

DAFTAR ISI

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	Error! Bookmark not defined.
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
PRAKATA.....	v
BAB I.....	x
PENDAHULUAN	15
A. Latar Belakang Masalah	15
B. Rumusan Masalah	23
C. Tujuan Penelitian	24
D. Manfaat Penelitian.....	25
BAB II.....	Error! Bookmark not defined.
KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN,DAN HIPOTESIS	Error! Bookmark not defined.
A. Kajian Kepustakaan.....	Error! Bookmark not defined.
B. Kerangka Pemikiran	Error! Bookmark not defined.
C. Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III	Error! Bookmark not defined.

METODE PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
A. Jenis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B. Lokasi Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
C. Operasional Variabel	Error! Bookmark not defined.
D. Populasi dan Sample	Error! Bookmark not defined.
E. Data yang Diperlukan.....	Error! Bookmark not defined.
F. Metode Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
G. Analisis Data dan Teknik Analisis	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	Error! Bookmark not defined.
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	Error! Bookmark not defined.
A. Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B. Pembahasan Hasil Penelitian.	Error! Bookmark not defined.
BAB V	Error! Bookmark not defined.
SIMPULAN DAN SARAN.....	Error! Bookmark not defined.
A. Simpulan.....	Error! Bookmark not defined.
B. Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA.....	26
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I.3 Hasil Pra-Riset.....	8
Tabel II.I Persamaan dan perbedaan penelitian sebelumnya	26
Tabel III.I Operasional Variabel	32
Tabel IV.I Karakteristik Responden Berdasarkan Semester.....	49
Tabel IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Prodi	50
Tabel IV.3 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	50
Tabel IV.4 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y), Produk (X1), Harga (X2), dan Promosi (X3).....	52
Tabel IV.5 Hasil Uji Realibilitas.....	53
Tabel IV.6 Keputusan Pembelian (Y).....	54
Tabel IV.7 Produk (X1)	56
Tabel IV.8 Harga (X2).....	58
Tabel IV.9 Promosi (X3)	60
Tabel IV.10 Analisis Regresi Linier Berganda	62
Tabel IV.11 Uji f.....	64
Tabel IV.12 Uji t.....	65
Tabel IV.13 Determinasi R.....	67

TABEL GAMBAR

Gambar I.1 Top <i>Brand</i> Index <i>Liptint</i> Implora.....	4
Gambar I.2 Data penjualan perbandingan produk Implora.....	5
Gambar II.1 Model Perilaku Konsumen	13
Gambar II.2 Kerangka Pemikiran.....	28

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Jadwal Penelitian
- Lampiran 2 : Surat Keterangan Telah Melakukan Riset
- Lampiran 3 : Kuesioner
- Lampiran 4 : Kartu Aktvitas Bimbingan Skripsi
- Lampiran 5 : Tabulasi Data Regresi Linier Betganda
- Lampiran 6 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Keputusan Pembelian
- Lampiran 7 : Hasil Uji Variabel dan Reliabilitas Produk
- Lampiran 8 : Hasil Uji Variabel dan Reliabilitas Harga
- Lampiran 9 : Hasil Uji Variabel dan Reliabilitas Promosi
- Lampiran 10 : Hasil Uji F Regresi Linier Berganda
- Lampiran 11 : Hasil Uji f, Uji t, dan Koefisien Determinasi
- Lampiran 12 : Tabel f
- Lampiran 13 : Tabel t
- Lampiran 14 : Tabel r
- Lampiran 15 : Biodata Peneliti
- Lampiran 16 : Sertifikat AIK
- Lampiran 17 : Sertifikat Pengolahan data
- Lampiran 18 : Sertifikat Aplikasi Komputer
- Lampiran 19 : Plagiarisme Checker X

ABSTRAK

PENGARUH PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *LIPTINT* IMPLORA PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

Khoironesa Ulya Afifa¹, Maftuhah Nurrahmi², Gumar Herudiansyah³

Khoironesa Ulya Afifa/ 212020260/ 2024/ Pengaruh Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk *Liptint* Implora pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) pengaruh produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian produk *Liptint* Implora pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang, (2) pengaruh produk, terhadap keputusan pembelian produk *Liptint* Implora pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang, (3) pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk *Liptint* Implora pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang, (4)) pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian produk *Liptint* Implora pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang. Sampel yang digunakan adalah 100 responden yang dengan teknik *purposive sampling*. Data yang digunakan adalah data primer, dengan metode pengumpulan data kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil analisis membuktikan (1) ada pengaruh signifikan produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian produk *Liptint* Implora pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang, (2) ada pengaruh signifikan produk terhadap keputusan pembelian produk *Liptint* Implora pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang, (3) ada pengaruh harga signifikan promosi terhadap keputusan pembelian produk *Liptint* Implora pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang, (4) ada pengaruh promosi signifikan promosi terhadap keputusan pembelian produk *Liptint* Implora pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang. Nilai koefisien determinasi, memperlihatkan bahwa produk, harga, dan promosi memberikan sumbangan terhadap perubahan yang terjadi pada keputusan pembelian sebesar 0,765%.

Kata kunci: Produk, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCTS, PRICES, AND PROMOTIONS ON THE DECISION TO PURCHASE IMPLORA LIPTINT PRODUCTS ON STUDENTS OF THE FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS, MUHAMMADIYAH PALEMBANG UNIVERSITY

Khoironesa Ulya Afifa¹, Maftuhah Nurrahmi², Gumar Herudiansyah³

Khoironesa Ulya Afifa/ 212020260/ 2024/ The Influence of Products, Prices and Promotions on Purchasing Decisions for Implora Liptint Products among Students of the Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Palembang

This research aims to determine : (1) the influence of product, price and promotion on the decision to purchase Liptint Implora products among students at the Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Palembang, (2) the influence of the product on the decision to purchase Liptint Implora products among students from the Faculty of Economics and Business at the University Muhammadiyah Palembang, (3) the influence of price on the decision to purchase Liptint Implora products among students from the Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Palembang, (4) the influence of promotions on the decision to purchase Liptint Implora products among students from the Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University, Palembang. The sample used was 100 respondents using a purposive sampling technique. The data used is primary data, with a questionnaire data collection method. The analysis technique used is multiple linear regression. The results of the analysis prove (1) there is a significant influence of product, price and promotion on the decision to purchase Liptint Implora products among students from the Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Palembang, (2) there is a significant influence of the product on the decision to purchase Liptint Implora products among students from the Faculty of Economics and Business Muhammadiyah University of Palembang, (3) there is a significant effect of price promotion on the decision to purchase Liptint Implora products among students from the Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Palembang, (4) there is a significant effect of promotion on the decision to purchase Liptint Implora products among students from the Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Palembang. The coefficient of determination value shows that product, price and promotion contribute to changes that occur in purchasing decisions by 0,765%.

Keywords: Product, Price, Promotion, Purchase Decision

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran adalah suatu kegiatan menyeluruh, terpadu, dan terencana, yang dilakukan oleh sebuah organisasi atau institusi dalam melakukan usaha agar mampu mengakomodir permintaan pesan dengan cara menciptakan produk bernilai jual, menentukan harga, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan saling bertukar tawaran yang bernilai bagi konsumen, klien, mitra, dan masyarakat umum.

Perusahaan harus menerapkan pemasaran untuk bertahan dalam dunia persaingan yang semakin ketat, perusahaan harus melakukan pemasaran, salah satu tindakan yang sangat penting bagi produsen. Pemasaran yang efektif adalah kunci untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya, dan sangat penting bagi setiap perusahaan untuk menjadi pusat komersial dalam perkembangan bisnis yang dapat menjamin keberlangsungan perusahaan di masa depan.

Manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul (Kotler dan Keller (2016), Perilaku konsumen didefinisikan sebagai dinamika interaksi antara pengaruh dan kesadaran, perilaku dan lingkungan dimana manusia melakukan pertukaran aspek-aspek kehidupan dengan kata

lain, perilaku konsumen melibatkan pemikiran dan perasaan yang mereka alami serta tindakan yang mereka lakukan dalam proses konsumsi. Hal itu juga mencakup segala sesuatu banyak hal pada lingkungan yang memengaruhi divpemikiran, perasaan, dan tindak tersebut (J. Paul Peter, Jerry C. Olson, 2017:6).

Keputusan pembelian adalah membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor bisa berada diantara niat pembelian dan keputusan pembelian (Kotler dan Armstrong, 2018: 181). Hal ini didukung oleh pernyataan Suryani (2018 : 95), beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah produk, harga, promosi, tempat, pelayanan yang ditawarkan, atribut produk dan citra merek. Berdasarkan teori tersebut menjelaskan bahwa produk dan harga merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

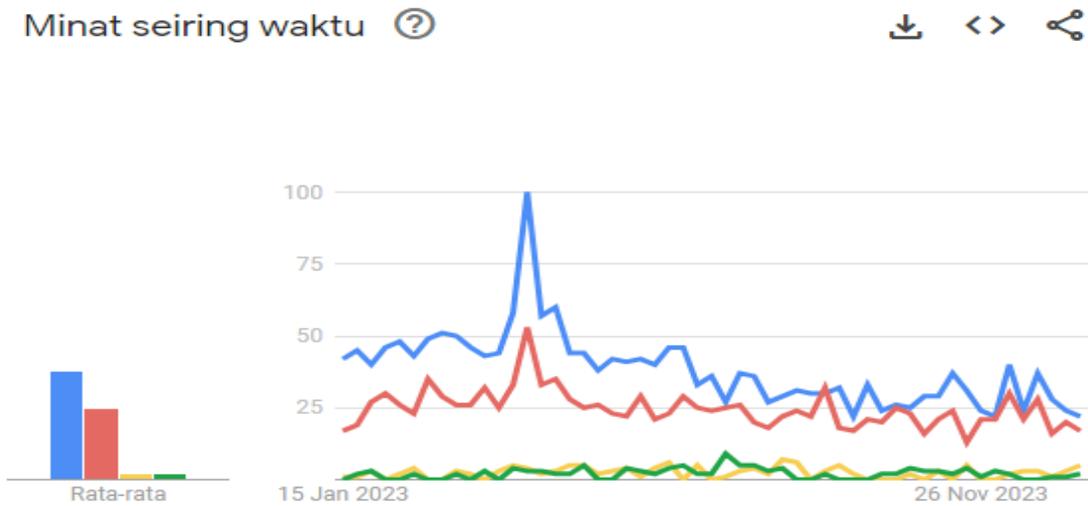
Menurut Assauri dalam Indrasari (2019:27) menyatakan bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar, dimiliki dan digunakan atau dikonsumsi guna untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan. Produk terdiri dari barang, jasa, pengalaman events, orang, tempat, kepemilikan, organisasi dan ide.

Harga merupakan alat pemasaran yang cukup penting sebab, fluktuasi harga produk akan menyebabkan perubahan kebijakan dalam strategi distribusi dan promosi. Untuk mengoptimalkan nilai bagi pelanggan, keuntungan bagi perusahaan, dan daya saing produk dipasar, perusahaan harus bisa menetapkan harga yang tepat (Irwansyah, dkk (2021: 193).

Menurut Iwan Kesuma Sihombing dan Ika Sari Dewi (2019:114), promosi merupakan salah satu variabel *marketing mix* yang sangat penting yang dilakukan untuk membuka pangsa pasar baru atau memperluas jaringan pemasaran.

Di era *modern*, industri kecantikan mengalami perkembangan yang sangat pesat secara global, termasuk di pasar domestik Indonesia. Konsumen menyukai produk perawatan tubuh yang mencakup perawatan dari ujung rambut hingga ujung kaki. Banyak perusahaan di bidang kosmetik dan kecantikan menawarkan berbagai macam produk, mulai dari bedak tabur, lipstik, blush on, dan liptint, serta alat kecantikan yang dibutuhkan oleh wanita setiap hari. Hal ini tentu menjadi salah satu andalan perusahaan dengan inovasi produk yang bervariasi. Banyak perusahaan menawarkan berbagai macam produk, mulai dari yang biasa hingga eksklusif, salah satunya produk yang umumnya banyak dijumpai adalah *Liptint Implora*.

Liptint Implora hadir di Indonesia pada tahun 2002 dan memasuki pasar persaingan di Indonesia serta mendapatkan respon positive dari konsumen sehingga tahun 2023 menempati posisi pertama di Top Brand yang dapat dilihat dalam tabel berikut:



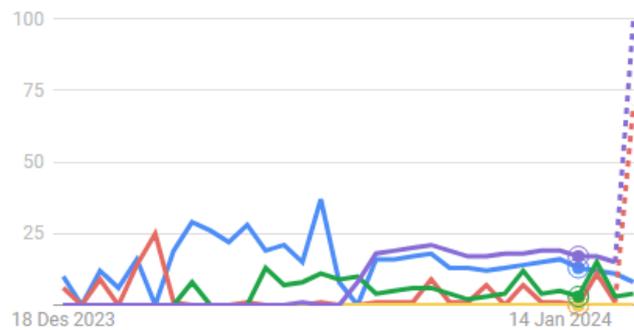
Sumber: Google trends,2023

Gambar I.1

Ket:

- Implora
- Hanasui
- Somethinc
- Mybelline

Berdasarkan data Gambar 1.1 menunjukkan *Liptint* Implora masih menempati posisi pertama sebagai jenis *Liptint* dengan minat penelusuran tertinggi pada tahun 2023 yang diakses pada sumber Google Trends 2023 .



Sumber: Google Trends, 2024

Gambar I.2
Data penjualan perbandingan produk Implora

Berdasarkan data gambar 1.2 menunjukkan bahwa pada tanggal 15 desember – 14 januari 2024 mengalami penurunan penjualan dapat dibandingkan pada Google Trends, 2023. Pada gambar 1.1 Implora menempati peringkat paling teratas, *Liptint* Implora tidak bisa bersaing dengan kemunculan produk terbaru pada *brand* lain dengan meningkatnya permintaan kosmetik tersebut mendorong banyaknya industri kosmetik terus bersaing dalam menciptakan produk dengan keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh setiap perusahaan serta inovasi yang dapat menarik minat konsumen. Berbagai merek kosmetik di pasaran baik lokal maupun non-lokal seperti *Liptint* Implora tidak bisa bersaing dengan kemunculan produk terbaru pada *brand* lain dengan meningkatnya permintaan kosmetik tersebut mendorong banyaknya industri kosmetik terus bersaing dalam menciptakan produk dengan keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh setiap perusahaan serta inovasi yang dapat

menarik minat konsumen. Berbagai merek kosmetik di pasaran baik lokal maupun non-lokal seperti: Hanasui, Madam Gie, Barenbliss, Luxcrime, Wardah, Mybelline, Revlon dengan keunggulan masing. sehingga para konsumen harus jeli untuk memilih produk kosmetik yang sesuai dan cocok dengan jenis kulit konsumen, Dalam hal ini terkait dengan keputusan pembelian konsumen yang pernah menggunakan produk *Liptint Implora* tersebut. Sebelum memutuskan apakah mereka akan membeli produk tersebut, konsumen akan mempertimbangkan beberapa faktor keputusan pembelian yang pernah mereka gunakan sebelum memutuskan apakah mereka akan membeli produk tersebut. Karena ada ketidaksesuaian antara apa yang diharapkan konsumen dari *Liptint Implora* dan apa yang sebenarnya mereka rasakan, beberapa konsumen mungkin tidak merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain, yang dapat berdampak pada keputusan mereka untuk membeli produk tersebut. Kotler dan Amstrong (2018:38) menuturkan bahwa sebuah perusahaan pertama-tama harus mengembangkan penawaran pasar (produk) yang memenuhi kebutuhan merealisasikan proposisi nilainya. Lalu, perilaku bisnis harus menentukan penawaran harga dan cara terbaik untuk menjangkau basis pelanggan (tempat) yang dituju.

Produk yang disediakan dan ditawarkan kepada customer atau kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakann, atau dikonsumsi agar dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Kotler dan Amstrong (2018 : 97), produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat

memuaskan keinginan atau kebutuhan

Harga menjadi pertimbangan bagi konsumen dimana harga menjadi poin penting bagi konsumen dalam keputusan pembelian sebelum membeli produk. Dengan harga yang mahal dan tidak menjadi rekomendasi hal tersebut membuat konsumen ragu untuk membeli dan menyebabkan konsumen mencari produk lain yang lebih murah dan bagus. Kotler and Amstrong (2018 : 78) indikator harga yang dapat digunakan untuk mengukur dan meneliti kesesuaian harga diantaranya keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat, harga sesuai kemampuan atau daya saing harga.

Promosi *Liptint Implora* hanya melakukan promosi pada media cetak seperti tv dan layar besar baliho pinggir jalan dan jarang melakukan promosi konten tiktok dan instagram hal tersebut membuat para konsumen mengetahui *Liptint Implora* melalui rekomendasi teman atau kerabat lainnya.

Kotler (2016 : 582) menyatakan ada beberapa alat promosi sebagai berikut Periklanan (*Advertising*), Promosi Penjualan, *Event and Experiences*, *Public Relations and Publicity*.

Hasil fenomena tersebut didukung dengan data pra-riset terhadap 30 responden sebagai responden merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Palembang dalam menunjukkan beberapa kelemahan yang menyebabkan turunnya keputusan pembelian *Liptint Implora*, jawaban responden ditampilkan dalam tabel berikut :

Tabel I.3
Hasil Pra-Riset Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Di
Universitas Muhammadiyah Palembang

No.	Alasan	Jumlah (orang)
1.	Harga Implora murah sesuai dengan standar kualitas	5
2.	Tekstur <i>Liptint</i> Implora terlalu cair	4
3.	Variasi warna <i>Liptint</i> Implora yang tersedia terlalu mencolok	5
4.	<i>Packaging Liptint</i> Implora mudah tumpah	6
5.	Promosi <i>Liptint</i> Implora kurang menarik	3
6.	<i>Liptint</i> Implora tidak tahan lama	7
Jumlah		30

Sumber: Hasil Wawancara Pra Riset Pendahuluan, Januari 2024

Berdasarkan tabel 1.3 Hasil Pra Riset menunjukkan bahwa *Liptint* Implora terdapat masalah, dapat diketahui beberapa alasan konsumen pada produk implora sebagai berikut:

Berdasarkan Tabel 1.3 hasil pra riset ada 5 Responden berpendapat bahwa *Liptint* Implora yang murah sesuai standar kualitas sehingga ada 4 responden mengkaitkan harga yang murah berdampak pada tektstur *Liptint* Implora yang terlalu cair, keluhan lainnya 5 responden menyatakan variasi warna *Liptint* Implora sangat mencolok, lalu 6 responden menyatakan *packaging* mudah tumpah,3 responden menyatakan bahwa promosi kurang menarik dan 7 responden menyatakan bahwa *Liptint* Implora tidak tahan lama sehingga tidak

rekomendasi dalam aktivitas full hal ini menyatakan bahwa ada masalah pada *Liptint Implora*.

Berdasarkan Fenomena diatas yang diuraikan terdapat banyak faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian oleh karena itu *Liptint Implora* perlu melakukan perbaruan terhadap harga, tekstur, varian warna maupun *packaging* hal tersebut berpengaruh dalam meningkatkan produk, sehingga konsumen merasa puas dan tertarik untuk melakukan keputusan pembelian terhadap *Liptint Implora*. dengan fenomena-fenomena tersebut maka penulis bermaksud untuk melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Liptint Implora* Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian di atas maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Adakah pengaruh produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian produk *Liptint Implora* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang?
2. Adakah pengaruh produk terhadap keputusan pembelian produk *Liptint Implora* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang?

3. Adakah pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk *Liptint Implora* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang?
4. Adakah promosi terhadap keputusan pembelian produk *Liptint Implora* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang terjadi di latar belakang, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian produk *Liptint implora* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan pembelian produk *Liptint Implora* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Untuk mengetahui harga terhadap keputusan pembelian produk *Liptint Implora* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Untuk mengetahui promosi terhadap keputusan pembelian produk *Liptint Implora* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

D. Manfaat Penelitian

Setiap penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya maupun yang terkait, manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis dan peneliti

Untuk menambah pengetahuan bagi penulis secara teoritis dan memperluas wawasan serta mengukur sejauh mana pemahaman tentang ilmu yang dipelajari serta peneliti dapat menjadikan ini sebagai pengalaman belajar dan menerapkan metode yang diperoleh peneliti selama kuliah.

2. Bagi Almamater

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan serta menambah wawasan dan pengetahuan yang menyangkut produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian. Kemudian penelitian ini dapat bermanfaat bagi mahasiswa yang menyusun skripsi karena menjadikam referensi untuk peneliti berikutnya dengan topik atau objek yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchori. (2020). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Asiati, Diah Isnaini, dkk. (2019). *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Palembang: Perpustakaan Nasional Katalog Dalam Penelitian (KTD) Anggota IKKAPI (No.012/SMS/13).
- Farahdilla, S., & Indayani, L. I. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Implora Di Sidoarjo
- Hulima, J. S., Soepono, D., & Tielung, M. V. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Wardah Di Kota Manado*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 9(2).
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Irwansyah, Rudy dkk. (2021). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- J Paul Peter, Jerry C.Olson. (2016). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*
- Kotler, P., Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. New Delhi: Pearson
- Kotler, P., Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Harlow: Pearson. Education Limited.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): *Marketing Management*, 15thEdition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler & Philip Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gery Armstrong. (2014). *Principle of Marketing* 15th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kusnul, K., Andri, N. (2021). *Pengaruh Produk, Persepsi Harga, Promosi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah di Solo Raya*. Creative research management journal.
- Nurmalasari, D., & Istiyanto, B. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Merek Wardah di Kota Surakarta*. Jurnal Sinar Manajemen, 8(1), 42-49.
- Priyantari, R. D. (2023). *Pengaruh Desain Produk, Promosi, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Purbasari Lipstick Color Matte Di Toko Sehat Cosmetic*

Kota Mojokerto. Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING), 6(2), 1991-2003.

Sunyoto, Danang. (2019) *Dasar- Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, Dan Kasus), Cetakan 1.* Yogyakarta: Buku Seru CAPS

Sugiyono, (2016). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D).* Bandung: Alfabetha.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta

Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran.* Edisi ke-2. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono. F. (2016). *Brand Management & Strategy.* Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gergorius. (2020). *Service, Quality & Statisfaction.* Yogyakarta. Andi.

Yulianty, Y., Setyawan, O., & Indrastuti, S. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Lipstik Merek Wardah Di Kota Pekanbaru.* Kurs: Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan dan Bisnis

Zebua, Manahati. (2018). *Pemasaran Pariwisata.* edisi Revisi, jilid1. Yogyakarta : Budi Utomo. 1. Yogyakarta: Budi Utamo.